
INDUSTRI KREATIF DALAM MENGHADAPI PASAR BEBAS ASEAN TAHUN 2015

Maskarto Lucky Nara Rosmadi
Dosen Luar Biasa pada STIE Pasundan Bandung
E-mail : lawfstudy@gmail.com

Abstract

Creativity is a main capital and plays important role in facing 2015 Asean free market. Creative industries will create new markets for Indonesian trading industries. In order to develop and increase creative industries in Indonesia, there should be qualified innovative human resources that have good quality and high creativities. In some developed countries, shaping creativity space has already led to creative cities which are based on creating conducive atmosphere to communities so it can accommodate potentials in Indonesian area.

Keywords: creative industries, free market

Abstrak

Kreativitas merupakan modal utama dalam menghadapi berlakunya pasar bebas Asean 2015. Bentuk-bentuk industri kreatif akan menciptakan pasar baru bagi industri perdagangan Indonesia. Untuk mengembangkan industri kreatif diperlukan SDM yang memiliki kualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi. Di Negara-negara maju, pembentukan ruang kreatif telah mengarah pada kota kreatif yang berbasis pada penciptaan suasana yang kondusif bagi komunitas sehingga dapat mengakomodasi potensi yang ada diseluruh wilayah Indonesia.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Pasar Bebas

A. PENDAHULUAN

Perekonomian dunia yang semakin tidak menentu membawa dampak terhadap pertumbuhan ekonomi global secara keseluruhan termasuk Indonesia. Sumber daya alam melimpah yang dimiliki oleh Indonesia tentunya harus dioptimalkan pemanfaatannya. Adanya ketidakseimbangan antara sumber daya alam dan sumber daya manusia Indonesia tentunya akan berdampak pada perkembangan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Pasar bebas Asean yang akan

diberlakukan pada akhir tahun 2015 harus diantisipasi, baik oleh pemerintah maupun para pelaku usaha. Pemerintah harus segera mengeluarkan kebijakan yang berkaitan dengan ekonomi agar para pengusaha dapat segera menyusun strategi terutama industri kreatif sebagai upaya untuk pemerataan perekonomian nasional dan juga sebagai upaya dalam memperkenalkan kearifan lokal Indonesia.

Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan

stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir ada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu Industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator.¹ Dengan adanya ekonomi kreatif ini, maka potensi yang ada di wilayah Indonesia dapat diberdayakan yang pada akhirnya akan meningkatkan devisa bagi Negara.

Salah satu bentuk dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif dimana potensi daerah di Indonesia sangat beraneka ragam dari mulai kerajinan tangan, seni, budaya, serta keragaman alam lainnya yang tentunya memerlukan kreativitas dan inovasi agar dapat menjadi potensi daerah yang dapat diandalkan. Industri Kreatif dapat didefinisikan sebagai siklus kreasi, produksi, serta distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama.

Menurut UNCTAD dan UNDP, Industri Kreatif terdiri dari seperangkat pengetahuan berbasis aktivitas yang menghasilkan barang-barang riil dan intelektual nonrill atau jasa-jasa artistik yang memiliki kandungan kreatif, nilai-

nilai ekonomi nonriil, dan objek pasar. Industri Kreatif tersusun dari suatu bidang yang heterogen yang paling memengaruhi dari kegiatan-kegiatan kreatif yang bervariasi, yang tersusun dari seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, visual, dan pembentukan seni sampai dengan penggunaan teknologi yang intensif dan jasa-jasa yang berbasis kelompok, seperti film, televisi, dan siaran radio, serta media baru dan desain.² Selanjutnya Damono mengatakan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.³ Sedangkan menurut Departemen Perdagangan RI, industri Kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.⁴

Dengan adanya industri kreatif tersebut, maka akan membawa nilai yang sangat positif bagi pemerataan pembangunan sesuai dengan yang diamanatkan dalam undang-undang. Oleh karena itu, industri kreatif harus didukung oleh semua pihak agar pelaksanaannya sesuai dengan yang diharapkan.

¹ Suryana, *Ekonomi Kreatif EKONOMI BARU: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Salemba Empat, Jakarta, 2013, Sinopsis (cover belakang).

² UNDP-UNCTAD, *Creative Economy Report*, United Nations, AS, 2008, hlm. 4.

³ Sapardi Djoko Damono, "Industri Kreatif, Budaya Urban, dan Globalisasi: Catatan untuk FIB UI". Makalah Dies Natalis FIB UI, Jakarta, 2008.

⁴ Departemen Perdagangan RI, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (Rencana pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015)*, Departemen Perdagangan RI, Jakarta, 2008, hlm. 4.

Dari uraian di atas, maka ada beberapa masalah yang berhubungan dengan pengembangan industri kreatif, diantaranya:

1. Bagaimana kebijakan pemerintah dalam menghadapi pasar bebas Asean tahun 2015?
2. Bagaimana peran pemerintah dan dunia usaha dalam mengembangkan industri kreatif?

B. PEMBAHASAN

Bangsa Indonesia memiliki kekayaan budaya yang luar biasa. Keberagaman dan kekhasan budaya setiap suku bangsa merupakan aset yang tidak terhitung jumlahnya. Warisan budaya yang merupakan bagian dari keberagaman dan kekhasan yang dimiliki suku bangsa Indonesia tersebut dapat ditafsirkan pula sebagai bagian inti dari jati diri. Dengan kata lain, martabat suatu bangsa ditentukan oleh kebudayaannya yang mencakup unsur yang ada di dalamnya. Warisan budaya yang kita miliki itu sangat bernilai sosial dan ekonomi. Kita tidak pernah memikirkan bahwa sebetulnya khazanah budaya, baik yang berbentuk artefak kebendaan maupun yang nonkebendaan, sesungguhnya menyimpan potensi luar biasa untuk dikembangkan.⁵

Industri kreatif di Indonesia memiliki kondisi yang berbeda dengan negara maju di Eropa dan Amerika. Di Eropa, industri kreatif muncul karena industri manufakturnya sudah mengalami penurunan sehingga mereka mencari alternatif industri yang baru sedangkan di

Indonesia, berangkat dari potensi yang ada tetapi belum diangkat menjadi industri yang dapat mendorong perekonomian. Industri kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas.

Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing dipasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasis pada inovasi, kreativitas dan imajinasi. Indonesia menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini, diyakini bahwa kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (Intellectuals), Bisnis (Business) dan Pemerintah (Government) menjadi mutlak dan merupakan prasyarat mendasar. Tanpa kolaborasi antara elemen I-B-G ini, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien, dan saling tumpangtindih.⁶

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan pilihan tepat untuk menjaga ketahanan ekonomi dalam kondisi krisis global. Ekonomi Kreatif perlu

⁵ Edi Sedyawati, *Warisan Budaya Tak benda: Masalahnya Kini di Indonesia*, Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Lembaga Penelitian Universitas Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. Xi-xiii

dikembangkan karena ekonomi kreatif berpotensi besar dalam memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif membangun citra dan identitas bangsa, berbasis pada sumberdaya yang terbarukan menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa; dan memberikan dampak sosial yang positif.

Perubahan paradigma dari budaya agraris ke budaya industri yang ditandai dengan hadirnya industri atau ekonomi kreatif itu dipandang sebagai fenomena peradaban manusia fase keempat. Pemerintah RI meluncurkan cetak biru ekonomi kreatif Indonesia. Cetak biru ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang berorientasi pada kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan. Cetak biru tersebut memberi acuan bagi tercapainya visi dan misi industri kreatif Indonesia sampai dengan Tahun 2030. Landasan utama industri kreatif adalah sumber daya manusia Indonesia, yang akan dikembangkan sehingga mempunyai peran sentral dibandingkan dengan faktor produksi lainnya.⁷

Pada Tanggal 22 Desember 2008 pemerintah juga telah mencanangkan Tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif (TIK). Tujuan dari program ini adalah terbukanya wawasan seluruh pemangku kepentingan akan kontribusi ekonomi kreatif terhadap ekonomi Indonesia dan terciptanya citra bangsa yang positif. Presiden Republik Indonesia

juga telah memerintahkan kepada 28 instansi pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009-2015 melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Disamping itu, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011 Tanggal 21 Desember Tahun 2011, telah dibentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan visi untuk mewujudkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan menggerakkan kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Subsektor yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

1. Periklanan; kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.
2. Arsitektur; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman, desain interior).
3. Pasar barang seni; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka

⁶ Departemen Perdagangan RI, op.cit, hlm. vii

⁷ Mukhlis Paeni, "Tradisi Lisan Deposit Ekonomi Kreatif", Makalah Seminar Internasional dan Festival Tradisi Lisan di

serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar, swalayan, dan internet, misalnya alat musik, kerajinan, lukisan.

4. Kerajinan; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.
5. Desain; kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
6. Feysen (mode); kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain asesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan asesorisnya, konsultasi lini produk feysen, serta distribusi produk feysen.
7. Film, video, dan fotografi; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film, termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron dan ekshibisi film.
8. Permainan interaktif; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
9. Musik; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi / komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
10. Seni pertunjukan; kegiatan kreatif

yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, opera), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
12. Layanan komputer dan piranti lunak; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain, dan analisis sistem serta desain portal termasuk perawatannya.
13. Radio dan televisi; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan acara televisi (seperti game, kuis, reality show, infotainment), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
14. Riset dan pengembangan; kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian

dan pengembangan serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.⁸

Ekonomi Kreatif atau bisa disebut Industri Kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Ada tiga alasan yang mendasari keyakinan tersebut, yaitu hemat energi karena lebih berbasis pada kreativitas, lebih sedikit menggunakan sumber daya alam, dan menjanjikan keuntungan lebih tinggi. Ketiga faktor di atas juga ditopang oleh ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang berlimpah. Saat ini jumlah penduduk Indonesia sekitar 230 juta. Populasi yang berusia 15-29 tahun berkisar 40,2 juta atau hampir 18,4% merupakan pasar yang sangat gemuk bagi produk-produk industri kreatif.⁹

Pada dasarnya strategi pengembangan industri kreatif terletak pada dukungan modal (*financial support*) dan aturan main/perundang-undangan (*basic regulation*). Dalam hal ini peraturan pemerintah yang mampu mengakomodir kepentingan perkembangan industri kreatif, SDM yang berkualitas dan pembentukan jaringan (*network*) yang solid antara pelaku industri kreatif, praktisi teknologi, dan pemerintah. Karena kreatifitas dan teknologi merupakan sebuah proses yang harus selalu

berdampingan. Contohnya industri games dan software yang selalu membutuhkan sentuhan pengembangan estetika dari para praktisi seni rupa dan desain. Begitu juga sebaliknya para pelaku industri kreatif juga dituntut mampu mengikuti perkembangan teknologi. Apalagi di era internet sekarang dimana pada akhirnya banyak melahirkan media-media baru untuk dijadikan sarana berekspresi untuk berkesenian (*new media art*) dan media komunikasi dan informasi berbasis internet (*new media journalism*).¹⁰

Oleh karena itu, maka industri kreatif perlu mendapat perhatian penuh dari pemerintah, karena:¹¹

1. Kontribusi Ekonomi

- a. Produk Domestik Bruto (PDB); Dalam perekonomian Indonesia, berdasarkan hasil studi pemetaan industri kreatif Departemen Perdagangan 2007, menunjukkan bahwa peran industri kreatif cukup signifikan. Industri kreatif ini telah mampu memberikan sumbangan kepada PDB nasional secara signifikan dengan rata-rata kontribusi periode 2002-2006 sebesar 104,637 triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal) atau dengan rata-rata persentase kontribusi periode 2002-2006 sebesar 6,28% dari total PDB Nasional.
- b. Kesempatan Kerja; Subsektor kerajinan (industri furnitur, batik

Wakatobi Sulawesi Tenggara, 1-3 Desember 2008.

⁸ Departemen Perdagangan RI, *Loc.cit.*, hlm. 4-6.

⁹ <http://arif-dani.blogspot.com/2012/01/peran-industri-kreatif-dalam.html>, diunduh pada Tanggal 15 Juni 2014

¹⁰ http://octianaeni.blogspot.com/2013/06/bagaimanakah-peran-pemerintah-dalam_25.html, diunduh pada Tanggal 18 Juni 2014

¹¹ Moelyono, Mauled, Menggerakkan EKONOMI KREATIF Antara Tuntutan dan Kebutuhan, PT. Raja Grafindo Persada,

termasuk didalamnya) dan fashion memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan tingkat keterampilan pekerja yang mampu dikuasai oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga, apabila industri ini dibenahi dengan benar, maka ia akan berkontribusi menciptakan lapangan pekerjaan dan turut serta mengurangi angka kemiskinan Indonesia.

- c. Ekspor; Nilai ekspor industri kreatif memiliki nilai tambah yang tinggi karena industri kreatif tidak hanya berfokus pada memproduksi benda-benda fungsional tanpa memperhatikan desain. Indonesia sangat dapat bersaing untuk produk industri kreatif, karena Indonesia memiliki sumber daya insani kreatif yang potensial dan dapat dikembangkan terus.
2. Iklim Bisnis; Investasi sangat diperlukan oleh iklim bisnis. Semakin kondusif iklim bisnis di Indonesia, maka akan semakin pesat kegiatan penanaman modal di dalam negeri. Industri kreatif dapat dimanfaatkan sebagai pemicu kegiatan investasi melalui pembangunan lingkungan urban yang kondusif dengan menciptakan kota-kota kreatif yang diikuti oleh pembangunan infrastruktur komunikasi dan informasi. Talenta kreatif dari berbagai spesialisasi (seni, teknologi dan budaya) akan membentuk komunitas kreatif dan menciptakan berbagai inovasi-inovasi yang menggema sampai tingkat internasional. Kota-kota

akan menjadi hidup dan berenergi, serta akan menjadi magnet datangnya investor dan perusahaan ke kota-kota tersebut.

3. Pencitraan dan Identitas Bangsa; dibanyak negara, promosi pariwisata oleh pemerintah mampu menciptakan investasi yang menarik, industri pariwisata menciptakan tenaga kerja dan merangsang pembangunan dibidang infrastruktur, pendidikan dan industri-industri properti terkait.
4. Inovasi dan Kreativitas
 - a. Ide dan Gagasan; Saat ini, globalisasi ekonomi sedang berlangsung, salah satu produk dari globalisasi adalah Hak atas kekayaan Intelektual (HaKi) yang merupakan kapitalisasi dari intelektualitas manusia. Ide tersebut bisa didaftarkan sebagai paten, hak cipta, merk, dan desain.
 - b. Penciptaan Nilai; Istilah inovasi sering dikaitkan dengan penguasaan teknologi tinggi. Itu adalah paradigma lama. Inovasi bisa juga tidak dari teknologinya, namun dari nilai baru. Misalnya dengan cara mengadaptasi dan mengkonvegensikan teknologi-teknologi yang telah ada sehingga melahirkan suatu ide yang baru. Kemampuan adaptasi dan konvergensi agar tercipta suatu ide baru membutuhkan daya imajinasi dan daya visualisasi.

5. Dampak Sosial

- a. Kualitas Hidup; Pembangunan dengan modal kreativitas yang terarah dan tepat sasaran, pada jangka panjang akan meningkatkan pertumbuhan dan keadilan (growth and equity), sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup.
- b. Peningkatan Toleransi Sosial; Kota-kota yang memiliki konsentrasi pekerja kreatif yang tinggi adalah kota-kota yang berdinamika dengan tingkat toleransi yang tinggi. Toleransi sosial merupakan faktor utama untuk menciptakan iklim kreatif yang dapat menarik pekerja kreatif tinggal dan berkreasi. Kota yang beriklim kreatif pertumbuhan ekonominya akan lebih cepat karena banyaknya minat perusahaan-perusahaan untuk mendirikan usaha-usaha disana, yang pada akhirnya membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar

Hal lain yang harus dipertahankan dalam pengembangan industri kreatif adalah pemerintah tetap menyediakan fasilitas publik yang dapat diakses dengan mudah sehingga dapat dijadikan ajang berkreasi dan penyaluran ekspresi setiap individu. Selain itu dengan diterbitkannya beberapa Undang-Undang sebagai perlindungan terhadap hak karya intelektual seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian, yaitu pada Bab VI Pasal 17 yang menyatakan, bahwa desain produk industri mendapat

perlindungan hukum dan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri dalam Perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual diharapkan akan mengurangi adanya pelanggaran yang terjadi di Indonesia, seperti pembajakan karya cipta, penggunaan software tanpa lisensi oleh individu dan tentu saja hal yang tidak kalah penting adalah kesadaran individu untuk mengapresiasi hasil karya cipta pelaku industri kreatif di Indonesia.

C. PENUTUP

Kondisi ekonomi yang diharapkan oleh Indonesia adalah ekonomi yang berkelanjutan. Keberlanjutan yang dimaksud adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap kondisi geografis dan tantangan ekonomi baru termasuk pasar bebas Asean Tahun 2015, yang pada akhirnya menghasilkan keberlanjutan pertumbuhan (sustainable growth). Pertumbuhan yang tinggi tercermin dari kompetensi individu dalam menciptakan inovasi.

Model pengembangan industri kreatif merupakan salah satu langkah dalam menguatkan ekonomi Indonesia, dengan landasan, pilar dan atap yang bersumber dari ekonomi kerakyatan serta dapat menunjang sektor-sektor lain seperti manufaktur dan industri konvensional lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Perdagangan RI, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (Rencana pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015), Departemen

Perdagangan RI, Jakarta, 2008

Internet:

Edi Sedyawati, Warisan Budaya Takbenda: Masalahnya Kini di Indonesia, Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Lembaga Penelitian Universitas Indonesia, Jakarta, 2003.

[http://arif-dani.blogspot.com/2012/01/peran-industri - kreatif-dalam.html](http://arif-dani.blogspot.com/2012/01/peran-industri-kreatif-dalam.html), diunduh pada Tanggal 15 Juni 2014

Mauled Moelyono, Menggerakkan EKONOMI KREATIF Antara Tuntunan dan Kebutuhan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.

http://octianaeni.blogspot.com/2013/06/bagaimanakah-peran-pemerintah-dalam_25.html, diunduh pada Tanggal 18 Juni 2014

Mukhlis Paeni, "Tradisi Lisan Deposit Ekonomi Kreatif", Makalah Seminar Internasional dan Festival Tradisi Lisan di Wakatobi Sulawesi Tenggara, 1-3 Desember 2008.

Sapardi Djoko Damono, "Industri Kreatif, Budaya Urban, dan Globalisasi: Catatan untuk FIB UI". Makalah Dies Natalis FIB UI, Jakarta, 2008.

Suryana, Ekonomi Kreatif EKONOMI BARU: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang, Salemba Empat, Jakarta, 2013.

UNDP-UNCTAD, Creative Economy Report, United Nations, AS, 2008.

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984
Tentang Perindustrian

Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000
Tentang Sedain Industri

Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009
Tanggal 5 Agustus 2009 Tentang
Pengembangan Ekonomi Kreatif.